

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Pada variabel promosi penjualan, indikator menghemat uang merupakan indikator yang paling dominan menentukan keputusan membeli atau yang tertinggi pengaruhnya yaitu sebesar 15%, kemudian indikator mendapat diskon, indikator konsumen merasa cerdas karena membeli pada saat ada diskon dan kemenarikan desain dari hadiah memberikan rasa senang mempunyai persentasi yang sama, yaitu 13%. Lalu indikator memudahkan konsumen dalam mengingat produk dan indikator hadiah yang diberikan menarik sebesar 12%. Indikator konsumen bangga melakukan pembelian saat ada diskon dan indikator memudahkan konsumen dalam pencarian produk memperoleh hasil persentase yang sama sebesar 11%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara promosi penjualan dengan keputusan membeli sepeda motor Honda pada warga RW 013 Kelurahan Sunter Agung. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,395. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan yang dilakukan secara menarik dan efektif dimata konsumen maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pembeliannya.

Keputusan membeli sepeda motor Honda pada warga RW 013 Kelurahan Sunter Agung ditentukan oleh promosi penjualan sebesar 15,59 % dan

sisanya sebesar 84,41 % dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti : harga, citra merek, inovasi produk, *brand familiarity* (keakraban merek), dan kualitas produk.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara promosi penjualan dengan keputusan membeli sepeda motor Honda pada warga RW 013 Kelurahan Sunter Agung. Hal ini membuktikan bahwa promosi penjualan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan membeli konsumen.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan harus dapat melakukan promosi penjualan yang menarik dan efektif di mata konsumen. Promosi penjualan yang diterapkan oleh perusahaan dapat meningkatkan keputusan membeli konsumen.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa promosi penjualan dapat dilakukan melalui teknik-teknik atau alat promosi seperti adanya diskon sehingga bisa menarik konsumen dan konsumen bisa menghemat uang karena konsumen akan mendapat diskon ketika ingin membeli suatu produk yang dihasilkan produsen.

### **C. Saran**

Saran-saran yang kiranya dapat diberikan peneliti dalam meningkatkan keputusan membeli adalah:

1. Perusahaan dapat melakukan promosi penjualan dengan menggunakan alat promosi seperti; voucher, kupon, diskon, dan hadiah yang tujuannya adalah untuk menarik perhatian konsumen dan merangsang secara cepat pembelian terhadap suatu produk yang dihasilkan produsen.
2. Setelah perusahaan sudah menjalankan promosi penjualan melalui teknik-teknik atau alat promosi sebagai perangsang penjualan, konsumen akan puas setelah memutuskan untuk membeli produk yang dibeli melalui promosi penjualan.